

по ее реализации является увеличение производственных мощностей по выпуску консервов на мясной основе для детского питания с 2 до 10 млн усл. банок в год. Для достижения этой цели необходима реализация следующих задач: наращивание производственного потенциала по выпуску пищевой продукции для детского питания и обеспечение выпуска высококачественных пищевых продуктов для детей с учетом реального потребительского спроса. Одним из направлений является постепенный переход на производство консервов для детского питания в стеклянных банках (удельный вес стеклянной тары составит 50 %), что позволит организации конкурировать с иностранными производителями.

Согласно плану перспективного развития ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» производственная мощность будет равна 50 т мяса в смену. Данная организация будет иметь экспортный потенциал как для поставок в Российскую Федерацию, так и в страны Евросоюза. Проведение реконструкции и технического перевооружения позволит увеличить объемы производства и улучшить качество выпускаемых мясных продуктов за счет выпуска их на новом оборудовании с использованием технологий глубокой и качественной переработки мясного сырья и снижения себестоимости продукции.

Приведенные данные свидетельствуют о том, что в рамках мероприятий по финансовому оздоровлению ОАО «Оршанский мясоконсервный комбинат» наиболее значимыми направлениями являются:

- увеличение объемов производства и реализации продукции;
- увеличение оборачиваемости капитала;
- наращивание объемов экспорта продукции;
- постоянное обновление ассортимента выпускаемой продукции и увеличение объема производства продукции с высокой добавленной стоимостью;
- пересмотр графиков и маршрутов доставки сырья от организаций сырьевой зоны;
- логистика поставок готовой продукции;
- реализация программ по энергосбережению и техническому перевооружению;
- проведение мероприятий по экономии затрат.

*О. П. Ефимова-Стадник, канд. экон. наук, доцент
БГЭУ (Минск)*

ЗНАЧЕНИЕ СЛУЖБЫ ПИТАНИЯ В ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭФФЕКТИВНОГО ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ ГОСТИНИЧНОГО КОМПЛЕКСА

В условиях инновационного развития экономики важнейшей задачей является повышение эффективности имеющихся и нереализован-

ных возможностей экономического потенциала каждого структурного подразделения гостиницы, и особенно службы питания, так как это подразделение занимает ведущее положение после номерного фонда в формировании выручки и прибыли гостиницы. Доля услуг питания в составе выручки гостиницы «Президент-Отель» в 2015 г. составила 35,0 %, а услуг проживания — 48,3 %. За счет услуг питания в этом же периоде было получено 27,5 % прибыли от реализации, а за счет услуг проживания — 55 %. В 2015 г. по сравнению с 2014 г. наблюдаются высокие темпы роста выручки службы питания как в действующих, так и в сопоставимых ценах. В сопоставимых ценах темп роста выручки службы питания составил 172,4 %, а темп роста выручки номерного фонда — 181,7 %. Доля ценового фактора в увеличении выручки службы питания ниже, чем в росте выручки службы номерного фонда, соответственно 20,9 и 25,7 %, что свидетельствует о формировании выручки от реализации за счет интенсивных факторов.

Одной из главных целей службы питания является обеспечение прибыльной и рентабельной деятельности. Следует подчеркнуть, что гостиница «Президент-Отель» была открыта в мае 2013 г. и уже в этот год гостиница в целом и ее службы достигли положительных финансовых результатов. Прибыль от реализации продукции общественного питания и товаров увеличилась в 2015 г. по сравнению с 2014 г. в 3,3 раза, а по номерному фонду прибыль от реализации за этот же период возросла на 5,3 %. Вследствие этого доля прибыли службы питания в формировании прибыли гостиницы возросла на 17,5 п.п., а доля прибыли номерного фонда уменьшилась на 8,3 п.п.

Для оценки эффективности деятельности службы питания недостаточно использовать показатель прибыли. Абсолютная величина прибыли не позволяет судить о рентабельности [1, с. 257]. Рентабельность — результативный, качественный показатель, увеличение которого характеризует цель хозяйственной деятельности в рыночной экономике [2, с. 340]. Рентабельность выручки от реализации гостиничных услуг по гостиничному комплексу в 2015 г. составила 13,1 % и снизилась по сравнению с прошлым годом на 8,7 п.п. Рентабельность продаж услуг службы питания в 2015 г. составила 10,3 %. И хотя рентабельность продаж услуг номерного фонда выше на 4,7 п.п., чем услуг службы питания, следует отметить, что служба питания за год повысила рентабельность продаж на 4,4 п.п., а номерной фонд допустил снижение рентабельности продаж на 14,8 п.п. Следовательно, в текущем году служба питания повысила эффективность деятельности.

Таким образом, можно сделать вывод, что служба питания гостиницы «Президент-Отель» занимает второе место после номерного фонда в формировании выручки и прибыли гостиницы. Результативность деятельности службы питания подтверждается высокими темпами роста выручки в сопоставимых ценах, темпами роста прибыли и значительным увеличением рентабельности продаж, сокращением отклонения рентабельности продаж услуг проживания по сравнению

с рентабельностью продаж услуг службы питания. Достигнутые результаты подтверждают значение результативности службы питания в повышении эффективности деятельности гостиничного комплекса.

Литература

1. *Ефимова, О. П.* Экономика гостиниц и ресторанов : учеб. пособие / О. П. Ефимова, Н. А. Ефимова ; под ред. Н. И. Кабушкина. — М. : Новое знание, 2008. — 392 с.
2. *Ушаков, Д. С.* Экономика туристской отрасли : учеб. пособие / Д. С. Ушаков. — Ростов н/Д : МарТ : Феникс, 2010. — 446 с.

А. Н. Зоткина
О. В. Циунчик, канд. экон. наук
БГЭУ (Минск)

ОЦЕНКА СТОИМОСТИ БРИЛЛИАНТОВ ПО СИСТЕМЕ GIA 4C

В мире в настоящее время наиболее широко распространена система оценки качества бриллиантов, разработанная Американским геммологическим институтом (GIA). Эта система называется 4C. Она получила свое название по четырем первым буквам характеристик, которые принимаются во внимание при оценке: *carat weight* (вес в каратах), *color* (цвет камня), *clarity* (чистота камня), *cut grade* (качество огранки). Рассмотрим их подробнее.

1. Вес в каратах играет важнейшую роль в формировании стоимости драгоценного камня. При этом мелкими принято считать бриллианты массой до 0,29 карата, средними — 0,3–0,99 карата, а крупными (или «солитерами») — не менее одного карата.

2. Цвет бриллианта не изменяется во времени и напрямую зависит от химического состава камня. Условно драгоценные камни согласно этой характеристике делятся на такие типы:

- белые, среди которых наибольшую ценность имеют бриллианты чистой воды, т.е. обладающие бесцветной окраской. Также сюда входят более дешевые камни, которым присущи оттенки желтого цвета различной интенсивности;
- цветные — очень редкие. Имеют фантазийную яркую окраску (красную, зелёную, синюю, желтую, голубую, розовую) и высокую стоимость, превышающую стоимость бесцветных камней в несколько раз.

3. Чистота бриллианта оценивается при десятикратном увеличении лупы с учетом наличия количества, расположения, размеров и цвета внутренних и поверхностных дефектов, таких как воздушные пузырьки, частички чужеродных пород минералов, трещинки-включения, которые невозможно удалить при помощи дополнительной по-